



Contexto Digital #Chileno

Enero 2020



<bd/>
brechadigital
CONSULTORES

Paisaje Digital Chileno 2019



Situación digital durante el 2019

El 78% de la población chilena son usuarios en [Internet](#), esto representa 14,11 millones de personas, pero lo más interesante es que Chile es uno de los pocos países que la cantidad de usuarios activos de medios sociales es prácticamente el 99,2% de los usuarios de Internet y casi el 93% de los usuarios en medios sociales acceden desde los teléfonos móviles.

Fuente: We are social, 2019.



Facebook en Chile

Cerca de 14 millones de usuarios activos que se conectan mensualmente en Facebook, el que tuvo un crecimiento del 8% con respecto el año 2018.

El 93% de las personas que acceden a la red social, lo hacen a través de teléfonos móviles.

La tasa promedio de interacción por cada publicación es de:

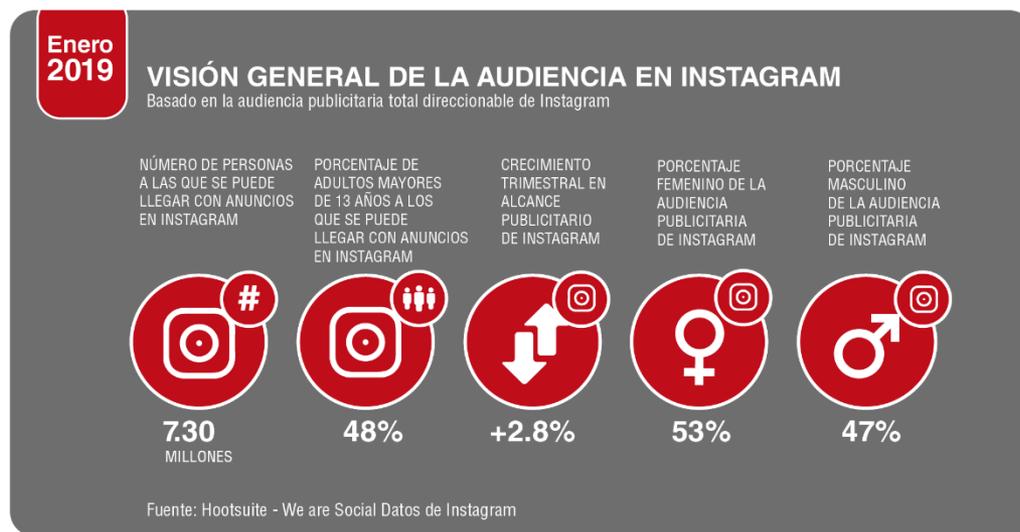
- 85% con todos los tipos de formatos.
- 67% a través del video.
- 80% fotos.
- 82% post con enlace.
- 90% incorporando el estatus de la cuenta.



Instagram en Chile

Actualmente posee unos 7,3 millones de usuarios activos mensuales en Instagram, esto representa unos 42.8% de la cantidad de usuarios de medios sociales en el país y 33% de la población actual.

54% de la población son mujeres y 46% son hombres.



Consumo de noticias en Chile

El acceso a las noticias en las redes sociales está creciendo en Chile, siendo la televisión abierta la fuente de noticias más importante. En respuesta a la reducción de audiencias y la disminución de los ingresos por publicidad, las marcas de televisión han comenzado a expandirse a otras plataformas para la entrega de contenido.

Fuente: Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo y Universidad de Oxford, 2019.

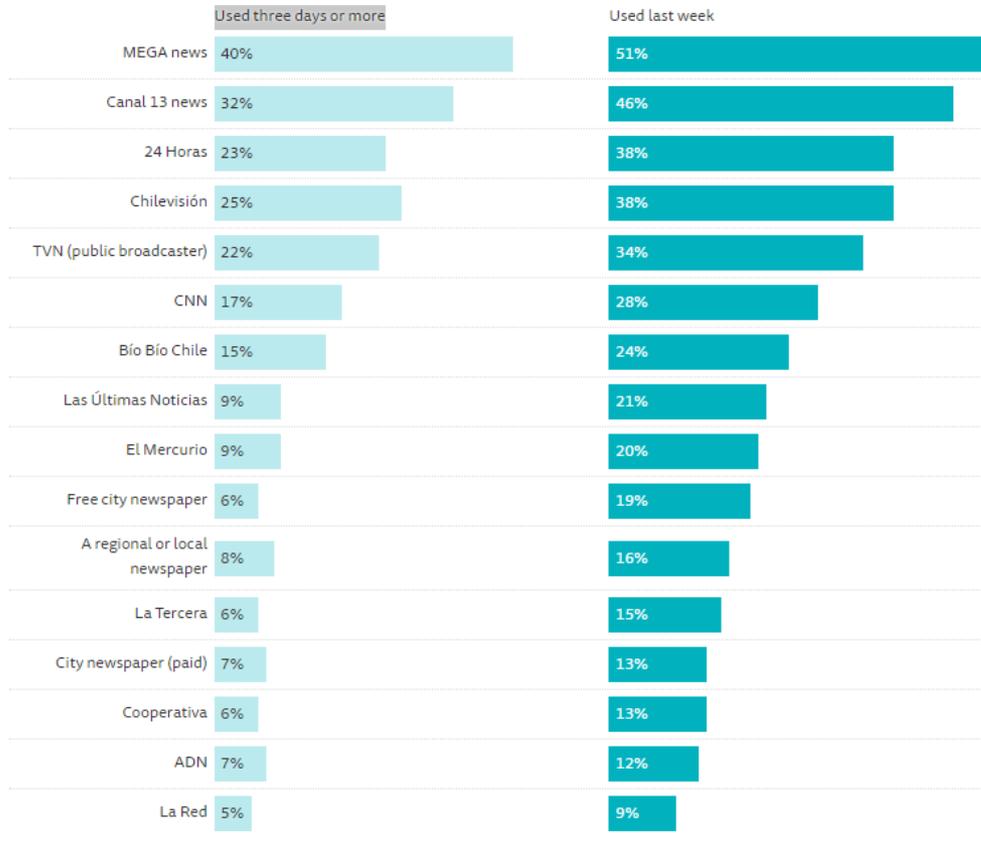
Grandes tendencias durante el 2018.

- **El fin de la televisión universitaria:** la venta de la PUC de la totalidad de su participación en *Canal 13* al empresario Andrónico Luksic, que a su vez cedió la administración de la estación al *Grupo Secuoya*, marcó el fin de un modelo que duró más de 60 años en Chile.
- **Capitalización de TVN:** el medio público *Televisión Nacional de Chile* recibió una inyección de capital de US\$ 47 millones, y US\$ 18 millones adicionales para la creación de un canal cultural, en un hito histórico desde el regreso a la democracia en el país. Esto, debido a que se rige por una ley de autonomía y su principal método de financiación es la publicidad, a diferencia de otros medios públicos de la región.
- **Diversificación de medios:** la disminución de ingresos publicitarios en toda la industria ha llevado a diversos editores a buscar nuevos espacios. El principal ejemplo de esto ha sucedido en el espectro radiofónico con la consolidación de *Tele13 Radio* (señal informativa de *Canal 13*), la compra de *Mega* (canal de televisión privado líder en sintonía) de tres estaciones, y de la presencia en el dial FM del periódico *El Mercurio*.
- **Noticias falsas:** un estudio realizado por *El Mercurio* durante las elecciones de la Segunda Vuelta Presidencial (diciembre de 2017) detectaron 80 noticias falsas compartidas por 20 sitios webs y compartidas por 3,5 millones de personas en redes sociales.



Fuentes análogas de acceso a las noticias

Medios análogos que usan los chilenos para acceder a las noticias.



  [Get the data](#) • [Embed](#)

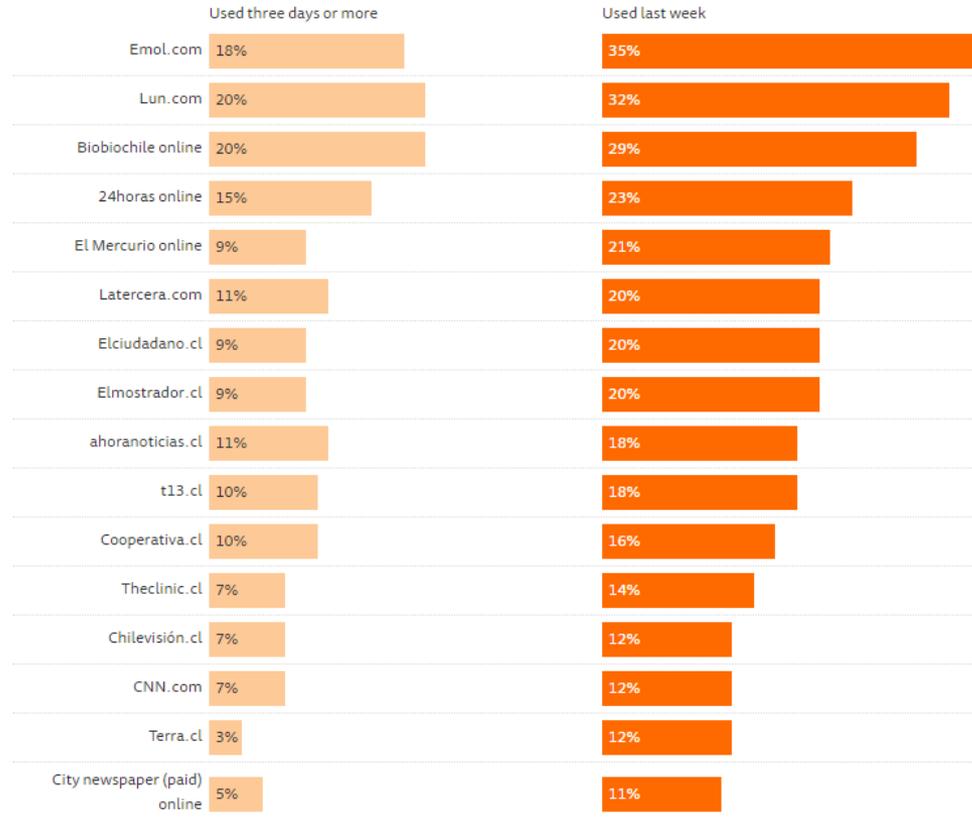
 

 **brechadigital**
CONSULTORES



Fuentes digitales de acceso a las noticias

Medios digitales que usan los chilenos para acceder a las noticias.

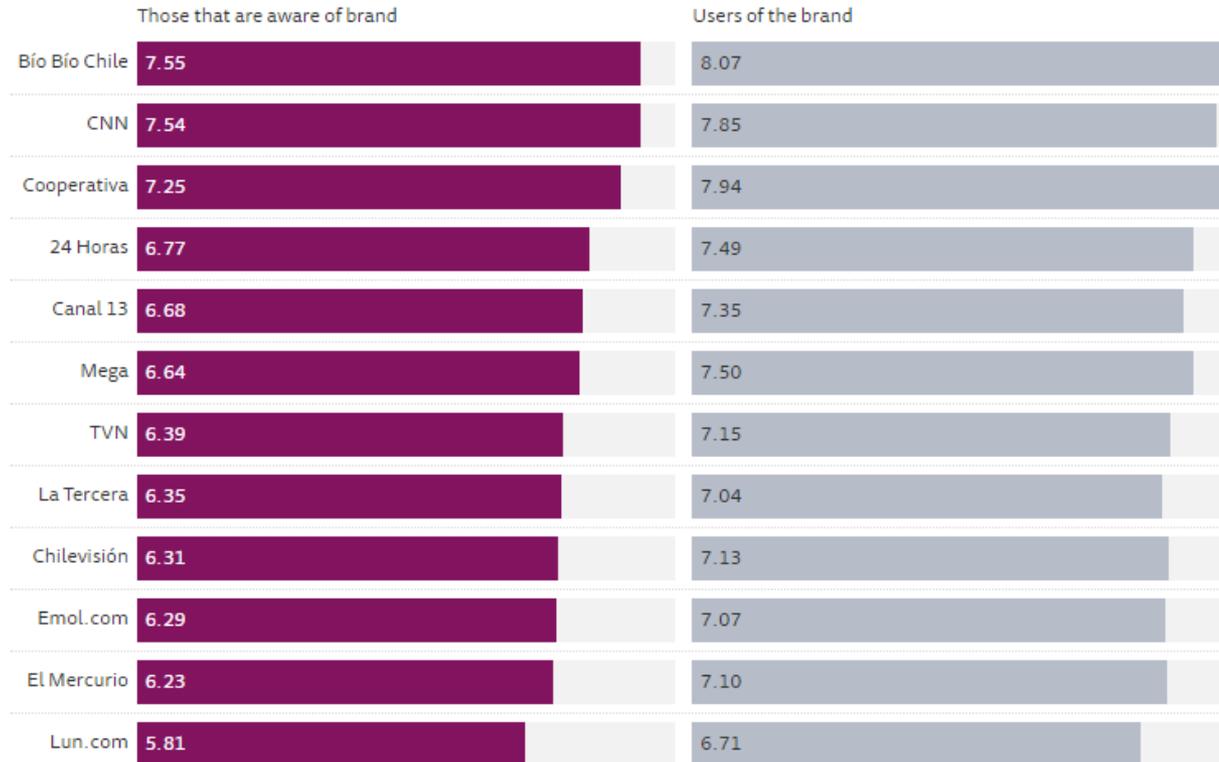


  [Get the data](#) • [Embed](#)



Confiabilidad de las noticias, según medio que las emite

¿Qué tan confiable dirías que son las noticias de las siguientes marcas? Use la escala a continuación, donde 0 es "nada confiable" y 10 es "completamente confiable".



Principales medios sociales para acceder a las noticias

Facebook sigue siendo la principal red social para la distribución de noticias.

Rank	Brand	For news	Any purpose
1	Facebook	68% (-2)	82%
2	WhatsApp	36% (-3)	78%
3	YouTube	27% (+2)	74%
4	Twitter	18% (-5)	27%
5	FB Messenger	13% (-1)	46%
6	Instagram	12% (+4)	40%



[Get the data](#) • [Embed](#)



Tips sobre el consumo de noticias en Chile

Fuente: Digital News Report 2018

Medios para informarse: dividido en dos categorías (*Impreso, TV y radio y Digital*) los informativos de *Mega, Canal 13 y 24 Horas (TVN)* lideran en *offline*; mientras que *online* destacan *Emol* (cibermedio de *El Mercurio*), *LUN* y *BioBio*.

Fuente informativa: los usuarios reconocen el consumo de noticias a través de formatos digitales (89%), televisivos (75%), redes sociales (71%) e impresos (40%). Todos ellos tuvieron una baja promedio de un 5% en comparación con la edición 2017.

Dispositivos de conexión: destaca el crecimiento del *smartphone* (81%), un 7% más que en 2017. Los ordenadores (47%) y las tabletas (14%) disminuyeron en un 4% cada una.

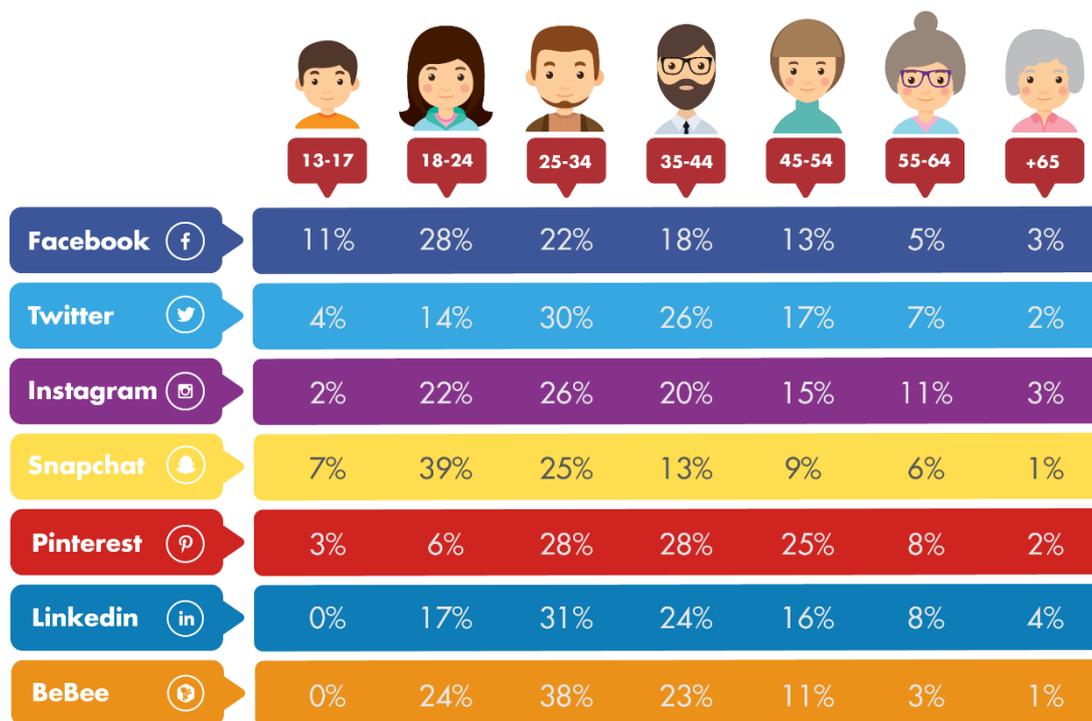
Confianza en los medios: un 53% (6% más que en 2017) confía en las noticias en general, dejando a Chile octavo en el estudio. Un 54% dice confiar en las noticias que lee, un 49% en las que busca y un 40% en las que provienen desde las redes sociales. El 'share de confianza' de los medios es liderado por *Radio BioBio, CNN Chile y Radio Cooperativa*.

Uso de redes sociales: un 68% emplea Facebook para consumir noticias; un 36, WhatsApp; y un 27% emplea YouTube para tales fines.



Edad de los usuarios de Redes Sociales

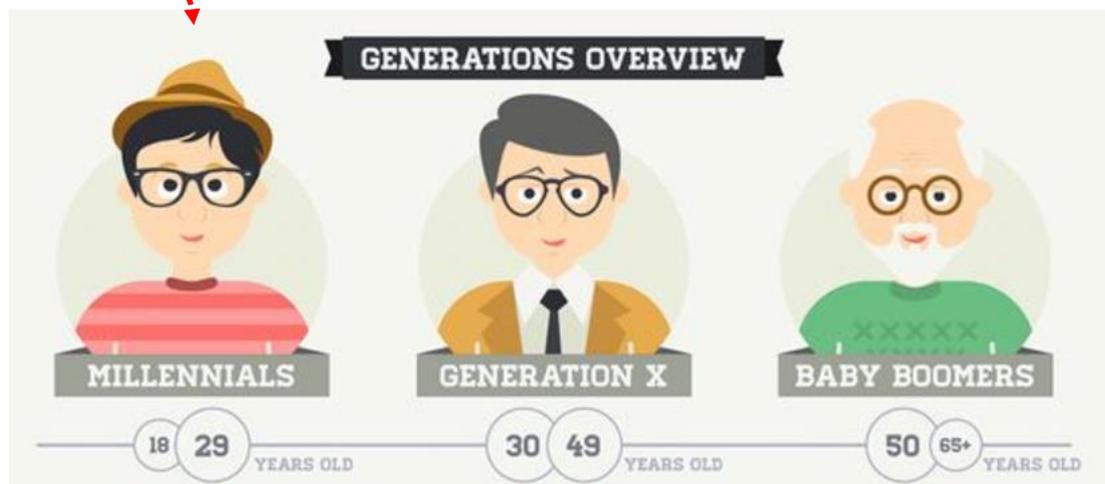
Información al 2018.



Tipología de usuario al que nos enfrentamos

Una mirada local a un segmento que los políticos han dejado de lado: “Chilennials”:

El grupo más atractivo en términos de marketing.



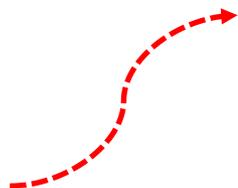
0% se define como tal gracias a la “valoración negativa” que gira en torno al concepto. **Adimark, Diciembre 2016**



Rompiendo mitos

Los millennials son de clase alta, con poder adquisitivo, viven con sus padres y sin ningún tipo de compromiso por su trabajo o familia.

Realidad en Chile



- Clase media.
- Trabajan para “devolver la mano” a su familia.
- Creen en el matrimonio y la familia como base de la sociedad.
- Son comprometidos con su trabajo ya que les interesa sobresalir.
- Sienten que la tecnología los “esclaviza” y desean volver a lo simple.

Adimark, Diciembre 2016



Cómo viven realmente los Chilennials

62% vive con su familia directa.

23% vive con sus padres.

15% vive como estereotípicamente se identifica a los “millennials”.

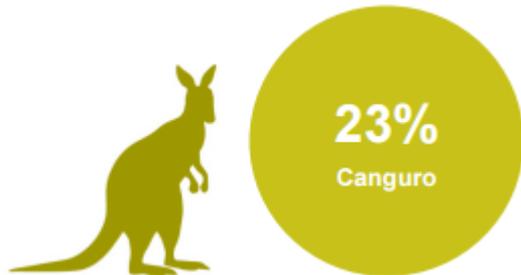
**87% tiene smartphones.
77% tiene internet en sus casas.**



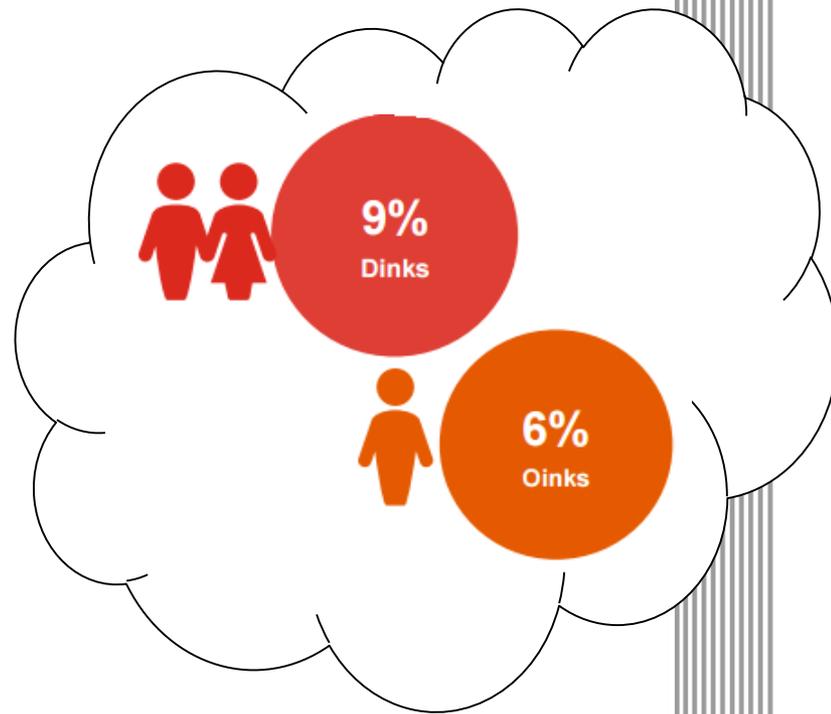
Dink: Sueldo doble sin hijos.
Oinks: Todo el sueldo solo para mi.



El 57% ayudaría a su familia si recibiera 100 millones de pesos.



- 70% del total = 21% C3 y 49% D.
- 2 o más aportan al ingreso familiar.



Conclusiones respecto a los Chilennials

El 2017 es un año para experimentar yendo más allá de los mitos y colocando sobre la mesa temas que hoy más que nunca son importantes para la sociedad chilena.

Hoy tiene mayor relevancia acercarse e interactuar con el “Chilennial” que ser una “marca por excelencia” o liderar el *market share*.

“Yo elijo a quien más se acerque a lo que soy”
Chilennial.

Adimark, 2017 (Chile 3D)

TEMAS DE LOS QUE HAY QUE HABLAR



Análisis digital de la Crisis de Octubre del 2019





Situación digital del #PDC





“*Somos una factoría del conocimiento donde pensamos en bits para diseñar soluciones creativas para superar brechas digitales entre empresas y clientes, estados y ciudadanos, corporativos y comunidades, políticos y electores, en definitiva, imaginamos e implementamos estrategias digitales en la era de la sociedad del conocimiento.*”